

## **L'azione privata nel bene pubblico: il ruolo dei consorzi alla luce del nuovo Regolamento (UE) 2024/1143**

Tra gli obiettivi del nuovo Reg. (UE) 2014/1143 vi è quello di investire sulla qualità e nella reputazione delle denominazioni, garantendo al contempo una concorrenza leale all'interno del mercato. In tal senso rivestono sicuramente un ruolo di primo piano i gruppi di produttori a cui il nuovo Regolamento affida anche a livello europeo nuove funzioni e conferisce maggiori poteri e responsabilità per la gestione, la promozione e la tutela delle proprie IG. Tra le modifiche più rilevanti dal versante europeo vi sono certamente quelle relative alla supervisione nell'uso dell'IG in un prodotto composto e la possibilità di adottare provvedimenti per impedire o contrastare la svalutazione del prodotto e l'abbassamento dei prezzi.

### **Utilizzo dell'ingrediente IG**

Nell'ambito dell'uso dell'IG è affidato ai gruppi di produttori il ruolo “confermativo” del lecito utilizzo dell'ingrediente IG in un prodotto composto (diverso dalle bevande spiritose esplicitamente escluse). Lo scopo è arginare eventuali pratiche commerciali sleali al fine di non indebolire o svigorire o, ancora, pregiudicare la reputazione dell'IG contenuta all'interno di un prodotto composto.

L'art. 27 Reg. (UE) 2024/1143 prevede in particolare che il gruppo di produttori riceva una notifica preventiva da parte del soggetto interessato alla spendita del nome nel prodotto composto nella quale quest'ultimo attesti il soddisfacimento delle condizioni di cui all' art. 27, paragrafo 1, ossia:

- a) il prodotto trasformato non contenga alcun altro prodotto comparabile all'ingrediente designato dall'indicazione geografica;
- b) l'ingrediente designato dall'indicazione geografica sia utilizzato in quantità sufficienti a conferire una caratteristica essenziale al prodotto trasformato in questione; e
- c) la percentuale dell'ingrediente designato dall'indicazione geografica nel prodotto trasformato sia indicata in etichetta.

Dopo il ricevimento della richiesta il gruppo dei produttori può allegare alla conferma anche informazioni non vincolanti riguardanti l'uso dell'indicazione. La mancata risposta entro quattro mesi dalla richiesta equivale a conferma.

Il paragrafo 3 del medesimo articolo, fatto salvo quanto appena descritto, specifica che il gruppo di produttori e il produttore dell'alimento composto possono concludere un “**accordo contrattuale**” sugli aspetti tecnici e visivi del modo in cui l'indicazione è presentata nel preimballo dell'alimento o nel materiale pubblicitario.

Di qui, si conferma il ruolo dei gruppi quali soggetti di diritto privato che esercitano una funzione pubblica in quanto seppur non detengano la proprietà della denominazione (per sua natura bene pubblico) amministrano la stessa nell'interesse di quest'ultima.

L'articolo 27 contempla all'ultimo periodo del paragrafo 2 la possibilità per gli Stati membri di disporre ulteriori norme procedurali a livello nazionale: in tal senso l'Italia aveva già da tempo previsto con l'art. 1, comma, 1, lett. c) del D.Lgs. n. 297/2004 quali dovessero essere i modi e le condizioni di richiesta. Si attenderà al riguardo di comprendere

se e come il legislatore nazionale vorrà mantenere le previgenti disposizioni o adeguarle al nuovo contesto europeo.

Occorre poi considerare che la materia non è ancora completa; infatti, sin dal considerando 75 e conformemente al paragrafo 5 dell'art. 27, si prevede che la Commissione possa adottare a norma dell'articolo 290 TFUE norme supplementari:

- sull'uso delle indicazioni geografiche nel nome dei prodotti trasformati con riferimento all'uso di ingredienti comparabili e ai criteri per conferire caratteristiche essenziali ai prodotti trasformati;
- integrative delle norme sull'uso delle specialità tradizionali garantite nel nome dei prodotti trasformati con riferimento all'uso di ingredienti comparabili e ai criteri per conferire caratteristiche essenziali ai prodotti trasformati.

### **La svalutazione del prodotto e la determinazione dei prezzi**

Ai sensi dell'art. 32 Reg. (UE) 2024/1143 ulteriori compiti sono poi affidati ai gruppi di produttori, che, oltre alla redazione e aggiornamento del disciplinare, al rendersi parte attiva nelle contestazioni inerenti a conflitti di proprietà intellettuale, al guidare verso pratiche sostenibili, al combattere pratiche fraudolente attraverso il monitoraggio del mercato, compreso l'online, possono *“adottare misure per la valorizzazione dei prodotti e, se necessario, **adottare provvedimenti** volti a impedire o contrastare misure o pratiche commerciali che pregiudicano o rischiano di pregiudicare l'immagine e il valore dei rispettivi prodotti, compresi le pratiche commerciali che svalutano il prodotto e l'abbassamento dei prezzi”* (par. 4, lett. g).

Orbene, in merito a quest'ultimo profilo il precedente Reg. (UE) n. 1151/2012 all' art. 45, lett. f) precisava che il gruppo di produttori potesse adottare misure per la valorizzazione dei prodotti e, se necessario, provvedimenti volti a impedire o contrastare misure svalorizzanti per l'immagine dei prodotti. Dunque, dalla comparazione dei due articoli risulta chiara l'aggiunta relativa ai prezzi che, al più, poteva dedursi in chiave interpretativa dalla lettura del considerando 3 del precedente regolamento, nel quale si chiariva che gli sforzi dei produttori dovessero essere *“equamente ricompensati”*. Tale obiettivo è parte dell'attuale Regolamento, che aspira a *“garantire che i produttori ricevano una remunerazione equa per il loro prodotto con le sue qualità connesse alla produzione e che possano rafforzare la propria posizione nella filiera alimentare”*.

Nonostante gli obiettivi comuni della legislazione passata e presente non risulta però un criterio di valutazione circa la definizione di eventuali prezzi “svalutativi” e di come i consorzi possano intervenire in merito.

Il tema sollecita non poche riflessioni, facendo emergere il rischio che un'applicazione incontrollata del sopra citato principio abbia effetti incompatibili con la normativa italiana ed europea in materia di concorrenza. Senza contare che una eccessiva ingerenza dei consorzi sulla determinazione dei prezzi di rivendita delle proprie Indicazioni Geografiche potrebbe non necessariamente risolversi a vantaggio dei singoli consorziati, registrando piuttosto un progressivo allontanamento degli interessi da parte della grande distribuzione, a discapito dell'intera categoria. Da ultimo, non è chiaro con quali mezzi coercitivi e con che poteri i consorzi possano intervenire nei confronti di soggetti ad essi estranei. Si attende (e si auspica) che le autorità europee e nazionali vogliano fare chiarezza,

anche al fine di evitare interpretazioni della norma che vadano a detrimento dello stesso impianto normativo, volto a tutelare – e non a pregiudicare – le Indicazioni Geografiche.